**Контрольная работа**

**по дисциплине: «Бухгалтерский учет в отраслях»**

**Тема: «Транспортные расходы и расходы на рекламу: учет у предприятий торговли»**

Выполнил слушатель группы №

Проверил преподаватель

Ижевск

2001 год

**Содержание**

Стр.

1. Учет транспортных расходов по приобретению товаров
   1. Транспортные расходы включаются в себестоимость товара 3

1.2. Транспортные расходы относятся на издержки обращения 4

1. Учет транспортных расходов по сбыту товаров. 5

2.1. Доставка товаров силами транспортной компании 5

2.2. Доставка товаров собственным транспортом 7

1. Учет расходов на рекламу у предприятий торговли 8

3.1 Реклама и расходы на рекламу. Средства распространения

рекламы 8

3.2 Учет расходов на рекламу 9

3.3 Учет НДС 12

3.4 налог на рекламу 13

Литература 13

1. **Учет транспортных расходов по приобретению товаров.**

К транспортным расходам относятся оплата услуг сторонних организаций за перевозки товаров, оплата услуг организация по погрузке и выгрузке товаров, плата за экспедиционные услуги, стоимость материалов, использованных на оборудование транспортных средств.

Одним из условий договора купли-продажи (поставки) товаров является порядок распределения транспортных расходов между сторонами этого договора. Иными словами, в зависимости от условий заключенного договора затраты по транспортировке товаров может нести как продавец (поставщик), так и покупатель.

Если условиями договора предусмотрено, что транспортные расходы осуществляются за счет предприятия-покупателя, то такие расходы относятся к затратам по заготовке и доставке товаров.

В соответствии с Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения на предприятиях торговли, утвержденными письмом Роскомторга от 20 апреля 1995 г. № 1-550/32-2, организации торговли могут по собственному выбору (в зависимости от принятой учетной политики) отражать указанные затраты в учете одним из следующих способов:

* затраты по заготовке и доставке товаров включаются в фактическую себестоимость приобретаемых товаров и учитываются в составе стоимости товарных запасов на счете 41 «Товары»;
* затраты по заготовке и доставке товаров отражаются на счете 44 «Издержки обращения» в составе издержек обращения.

В зависимости от того, какой метод отражения в учете затрат по заготовке и доставке товаров выбрало торговое предприятие, будет различаться и порядок учета транспортных расходов.

* 1. Транспортные расходы включаются в фактическую себестоимость товаров.

Согласно ПБУ 5/98, утвержденному приказом Минфина РФ от 15 июня 1998 г. № 25н, материально-производственные запасы (в том числе и товары) принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости. При этом фактической себестоимостью товаров признается сумма фактических затрат на их приобретение (за исключением НДС и других возмещаемых налогов).

Помимо сумм, уплачиваемых поставщику, фактическими затратами на приобретение товаров, в частности, могут быть следующие виды расходов:

* затраты по заготовке и доставке товаров до места их хранения (в том числе и транспортные расходы);
* -вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации, через которую приобретены товары;
* оплата консультационных и информационных услуг, используемых для приобретения товаров;
* иные затраты, непосредственно связанные с приобретением товаров.

Таким образом, транспортные расходы при использовании этого варианта учетной политики, как уже отмечалось, являются одной из составных частей фактической себестоимости товаров.

Формирование фактической себестоимости товарных запасов осуществляется на счете 41 «Товары» . При этом в учете торгового предприятия могут делаться следующие проводки:

*Д41 К60* - отражена стоимость оприходованных товаров в ценах поставщика;

*Д19 К60* - учтен НДС по оприходованным товарам;

*Д 41 К60 (76)* - включены расходы, связанные с приобретением товаров (расходы по заготовке и доставке товаров, расходы по уплате вознаграждения посреднической организации, с помощью которой приобретены товары, и т. п.), в фактическую себестоимость приобретаемых товаров;

*Д19 К60 (76)* - учтен НДС по расходам, связанным, с приобретением товаров.

Однако на практике бухгалтерия торгового предприятия получает информацию для формирования фактической себестоимости товаров неодновременно. Так, например, счета от транспортной компании могут поступать в бухгалтерию уже после того, как товары фактически оприходованы на склад торговой фирмы. При этом разрыв во времени может быть весьма значительным. Поэтому для формирования фактической себестоимости товаров рекомендуется использовать счет15 «Заготовление и приобретение материалов» субсчет «Формирование фактической себестоимости товарных запасов». В учете делаются следующие проводки:

*Д15 (субсчет «Формирование факт. себестоимости тов. запасов») К60 -* цена поставщика включена в фактическую себестоимость товарных запасов;

*Д19 К60* - учтен НДС по оприходованным товарным запасам;

*Д15(субсчет «Формирование факт. себестоимости тов. запасов») К60 (76) -* расходы, связанные с приобретением товаров, включены в их фактическую себестоимость;

*Д19 К60 (76)* - учтен НДС по расходам, связанным с приобретением товаров;

*Д41 К15(субсчет «Формирование факт. себестоимости тов. запасов»)* - отражена фактическая себестоимость товаров.

Часто товары разного ассортимента доставляются на предприятия торговли одним и тем же транспортным средством. В таких случаях для включения транспортных расходов в фактическую себестоимость получаемых товаров эти расходы необходимо распределить между видами получаемых товаров. Такое распределение может производиться, например, пропорционально стоимости приобретаемых товаров.

* 1. **Транспортные расходы относятся на издержки обращения.**

Как известно, особенностью торговли является наличие затрат, подлежащих распределению между реализованными и нереализованными товарами.

Такие затраты относятся на счет 44 в полном объеме, но списываются на себестоимость пропорционально реализованным товарам. К этим затратам относятся транспортные расходы (то есть расходы по заготовке и доставке товаров) и проценты за банковский кредит.

Таким образом, в случае отражения транспортных расходов на счете 44 списанию в дебет счета 46 «Реализация продукции (работ, услуг)» подлежит разница между суммой всех фактически произведенных расходов по доставке приобретенных товаров и суммой этих расходов, относящихся к остатку нереализованных товаров на конец отчетного периода.

Сумма расходов по доставке закупаемых товаров, подлежащая списанию на себестоимость в отчетном месяце, исчисляется по следующей методике.

1. Суммируются транспортные расходы, приходящиеся на остаток товаров на начало месяца, и транспортные расходы, произведенные в отчетном месяце.

2. Определяется сумма товаров, реализованных в отчетном месяце, и остатка товаров на конец месяца.

3. Делением суммы издержек обращения, определенной в пункте 1, на сумму реализованных и оставшихся товаров, определенную в пункте 2, рассчитывается средний процент транспортных расходов по отношению к общей стоимости товаров.

4. Умножением стоимости остатка товаров на конец отчетного месяца на средний процент указанных расходов определяется сумма этих расходов, относящаяся к остатку нереализованных товаров на конец месяца.

5. Определяется разница между суммой всех фактически произведенных транспортных расходов и суммой этих расходов, относящихся к остатку нереализованных товаров, — эта разница и подлежит списанию с кредита счета 44 в дебет счета 46.

1. **Учет транспортных расходов по сбыту товаров**

Во взаимоотношениях с покупателем любое торговое предприятие выступает в роли поставщика (продавца) товаров. При этом заключаются договоры купли-продажи или поставки.

При документальном оформлении транспортных расходов, связанных с исполнением договора поставки или купли-продажи товаров, наиболее важными моментами являются следующие:

* в договоре должно быть определено, какая из сторон несет расходы по доставке товаров;
* документальным подтверждением того, что транспортные расходы действительно произведены (не фиктивны), являются соответствующие товаросопроводительные документы.

Если в договоре установлено, что расходы по транспортировке товаров несет поставщик, то при их доставке до склада покупателя (или другого пункта, установленного договором) торговая фирма может либо воспользоваться услугами специализированной транспортной компании, либо использовать собственные транспортные средства

**2.1. Доставка товаров силами транспортной компании.**

Если услуги по сбыту товаров оказывает транспортная компания, то условиями договора может быть предусмотрено, что:

* расходы по транспортировке товаров осуществляются за счет поставщика и не возмещаются покупателем;
* расходы по транспортировке товаров, понесенные поставщиком, возмещаются покупателем.

# **Транспортные расходы не возмещаются покупателем**

# В соответствии с Положением о составе затрат расходы, связанные со сбытом товаров, включаются в издержки обращения. К таким затратам, в частности, относятся расходы по доставке реализуемых товаров до пункта, обусловленного договором. Следовательно, если расходы по транспортировке товаров осуществляются за счет поставщика и не возмещаются покупателем, то они относятся поставщиком на счет 44 «Издержки обращения».

# При этом поставщик учитывает транспортные расходы при определении себестоимости товаров и не выделяет их отдельной строкой в счете-фактуре и других товаросопроводительных документах. Затраты по доставке участвуют в формировании отпускной цены товаров и соответственно покрываются выручкой от их реализации. А в учете поставщика делаются проводки:

*Д44 К76* - отражены расходы по доставке товаров покупателю;

*Д19 К76* - учтен НДС по транспортным расходам;

*Д76 К51* - оплачены услуги транспортной компании;

*Д68 К19* - зачтен НДС по оказанным и оплаченным транспортным услугам;

*Д46 К44* - списаны издержки обращения (транспортные расходы) на себестоимость.

Особенностью торговых организаций служит право выбора порядка учета расходов по заготовке и доставке товаров. В зависимости от принятой учетной политики бухгалтер может:

* отразить эти затраты на счете 41 «Товары» в составе фактической себестоимости приобретенных товаров;
* учесть их на счете 44 «Издержки обращения», а в конце месяца списать на счет 46 «Реализация продукции (работ, услуг)» пропорционально стоимости реализованных товаров.

К расходам по заготовке и доставке товаров, как известно, относятся транспортные расходы и проценты за банковский кредит. При этом многие бухгалтеры, учитывающие затраты по заготовке товаров на счете 44, распределяют между реализованными и нереализованными товарами все транспортные расходы независимо от того, связаны они с приобретением или со сбытом товаров.

Но ведь транспортные расходы по заготовке и доставке товаров — это именно затраты на их приобретение. Что же касается затрат на перевозку товаров покупателю — это расходы по сбыту, которые должны списываться на себестоимость реализованных товаров в полном объеме.

Поэтому рекомендуется учитывать транспортные расходы, связанные с приобретением и со сбытом товаров, на разных субсчетах счета 44:

* « Расходы по приобретению товаров »;
* « Расходы по сбыту товаров

***Транспортные расходы возмещаются покупателем.***

Если услуги транспортной компании оплатила торговая фирма, но договором установлено, что они возмещаются покупателем сверх стоимости товаров, то бухгалтер торговой фирмы должен выделить эти расходы отдельной строкой в счете-фактуре. Суммы, поступившие от покупателя в качестве возмещения транспортных расходов, у торгового предприятия в выручку от реализации товаров включаться не должны.

Наиболее распространенным на практике способом отражения таких расходов является использование следующих проводок:

*Д62 К76 (субсчет «Расчеты с транспортной компанией»)* - отражены расходы по транспортировке товаров, подлежащие возмещению покупателем (включая НДС);

*Д76( субсчет «Расчеты с транспортной компанией») К51*- оплачены услуги транспортной компании;

*Д51 К62 -* поступила сумма возмещения транспортных расходов от покупателя (включая НДС).

**2.2 Доставка товаров собственным транспортом.**

Если торговое предприятие доставляет товары покупателю собственным транспортом, то следует помнить, что предприятия, на балансе которых числятся транспортные средства, являются плательщиками налога на приобретение автотранспортных средств (при их приобретении) и налога с владельцев транспортных средств.

Надо сказать, что особенно часто товары покупателям доставляют магазины собственным транспортом. Особенно широко это распространено в мебельных салонах, магазинах, торгующих бытовой техникой, и т. п.

При этом магазин может:

* выделить стоимость транспортных услуг отдельной строкой в товарном чеке, выписанном покупателю;
* -не выделять стоимость транспортных услуг.

В зависимости от этого различается порядок учета расходов на содержание собственного транспорта.

***Стоимость транспортных услуг выделена отдельной строкой.***

Если стоимость транспортных услуг выделена в товарном чеке отдельной строкой, то это означает, что покупатель оплачивает услуги отдельно от стоимости товаров. В этом случае бухгалтеру следует помнить, что: — на осуществление транспортных перевозок необходимо наличие соответствующей лицензии; оказание услуг по транспортным перевозкам следует рассматривать как отдельный вид деятельности. Выручку от реализации транспортных услуг нужно отражать на счете 46 «Реализация продукции (работ, услуг)».

Таким образом, в магазине, который оказывает транспортные услуги, будут иметь место два вида деятельности:

- розничная торговля;

- оказание транспортных услуг.

Как известно, при осуществлении таких видов деятельности у предприятия возникают разные облагаемые базы по налогу на пользователей автомобильных дорог (а также по налогу на содержание жилищного фонда и объектов социально-культурной сферы). Так, при оказании услуг эти налоги исчисляются с выручки от реализации услуг (без НДС). А при осуществлении торговой деятельности указанные налоги рассчитываются с разницы между продажной (без НДС) и покупной стоимостью реализованных товаров.

Поэтому бухгалтеру надо вести раздельный учет оборотов по реализации покупных товаров и оборотов по реализации транспортных услуг. Для этого к счету 46 необходимо открыть соответствующие субсчета, например:

46-1 «Реализация товаров»;

46-2 «Реализация транспортных услуг».

Кроме того, раздельно следует учитывать и затраты по этим видам деятельности, а именно:

- на счете 44-1 - издержки обращения, непосредственно связанные с розничной торговлей;

- на счете 44-2 - общехозяйственные издержки обращения (например, зарплата административно-управленческого персонала и т. п.);

* на счете 20 «Основное производство» - затраты на оказание транспортных услуг (например, расходы на содержание транспортного средства, зарплата водителя, и т. п.).

***Стоимость транспортных услуг не выделена отдельной строкой.***

Если стоимость транспортных услуг не выделена в товарном чеке отдельной строкой, то это означает, что покупатель оплачивает эти услуги вместе со стоимостью товаров. В данном случае оказание транспортных услуг не будет рассматриваться как отдельный вид деятельности. Расходы на содержание транспортного средства при этом являются издержками обращения, связанными со сбытом товаров.

1. **Учет расходов на рекламу у предприятий торговли.**

**3.1. Реклама и расходы на рекламу. Средства распространения рекламы.**

*Реклама,* распространяемая в любой форме, с помощью любых средств — это информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическим, юридическим лицам, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний (ст. 2 Федерального закона от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ *«О рекламе».*

*Расходы на рекламу* — это расходы организации по целенаправленному информационному воздействию на потребителя для продвижения продукции (работ, услуг) на рынках сбыта.

*К расходам на рекламу относятся расходы на:*

* разработку и издание рекламных изделий: иллюстрированных прейскурантов, каталогов, брошюр, альбомов, проспектов, плакатов, афиш, рекламных писем и т. п.;
* разработку и изготовление эскизов, этикеток, образцов оригинальных и фирменных пакетов, упаковки, приобретение и изготовление рекламных сувениров и т. д.;
* рекламные мероприятия через средства массовой информации (объявления в печати, передачи по радио и телевидению);
* световую и иную наружную рекламу;
* приобретение, изготовление, копирование, дублирование и демонстрацию рекламных кино-, видео-, диафильмов и т. п.;
* изготовление стендов, муляжей, рекламных щитов, указателей и др.;
* хранение и экспедирование рекламных материалов;
* оформление витрин, выставок-продаж, комнат образов;
* уценку товаров, полностью или частично потерявших свое первоначальное качество при экспонировании в витринах;
* проведение иных рекламных мероприятий, связанных с предпринимательской деятельностью.

Реклама на территории РФ распространяется на русском языке и по усмотрению рекламодателей дополнительно на государственных языках республик и родных языках народов РФ. Это положение не распространяется на радиовещание, телевизионное вещание и печатные издания, осуществляемые исключительно на государственных языках республик, родных языках народов РФ и иностранных языках, а также на зарегистрированные товарные знаки (знаки обслуживания).

*К средствам распространения информации относятся:* печать (газеты, журналы, каталоги, прейскуранты, справочники, отправления прямой печатной рекламы и другой печатной продукции); эфирное, спутниковое и кабельное телевидение; радиовещание; световые газеты (бегущая строка, световая фиксированная строка); иллюстративно-изобразительные средства (щиты, вывески, афиши, плакаты, календари и т. п); аудио- и видеозапись и другие.

Основным нормативным документом, регламентирующим отношения торгового предприятия, возникающие в процессе размещения рекламы, является Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ *«О рекламе».*

Рекламодатель — юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы (ст. 2 Закона № 108-ФЗ). Если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию, в рекламе должны быть указаны номер лицензии, а также наименование органа, выдавшего эту лицензию (п. 3 ст. 5 Закона № 108-ФЗ).

Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой «подлежит обязательной сертификации» (п. 4 ст. 5 Закона № 108-ФЗ).

**3.2. Учет расходов на рекламу.**

Организации, осуществляющие расходы на рекламу, включают их в состав себестоимости на основании п. 2 «у» *Положения о составе затрат.* При этом на себестоимость относятся только те расходы, которые имеют документальное подтверждение в пределах сумм, указанных в соответствующих документах.

Документально не подтвержденные расходы подлежат списанию за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после налогообложения. Документами, подтверждающими рекламные расходы, являются:

* договор на оказание рекламных услуг;
* акт сдачи-приемки выполненных работ (оказанных услуг);
* счета-фактуры исполнителя рекламных услуг.

В случае размещения наружной рекламы необходима также оформленная в установленном порядке разрешительная документация на право размещения средства наружной рекламы. Подтверждением расходов при размещении рекламы в периодической печати может служить полный экземпляр издания, в котором размещена реклама, а при размещении рекламы в электронных средствах массовой информации — эфирная справка.

Расходы на торговую рекламу, включенные в состав издержек обращения и производства, при налогообложении принимаются в пределах утвержденных в установленном порядке нормативов. В настоящее время предельные нормы на рекламу установлены Приказом Минфина РФ от 15 марта 2000 г. № 26Н *«Нормы и нормативы на представительские расходы, расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку кадров на договорной основе с учебными заведениями, регулирующие размер отнесения этих расходов на себестоимость продукции (работ, услуг) для целей налогообложения, и порядок их применения»* (зарегистрировано в Минюсте РФ от 11 апреля 2000 г. № 2192). Данные нормативы вступили в действие с 1 апреля 2000 г. (п. 3 Приказа Минфина РФ от 15 марта 2000 г. № 26Н).

|  |  |
| --- | --- |
| *Объем выручки от продажи продукции (работ, услуг), включая НДС* | *Предельные размеры расходов на рекламу, принимаемые при налогообложении прибыли* |
| 1 | 2 |
| До 30 млн рублей включительно | 5 процентов от объема |
| Свыше 30 млн рублей | 1,5 млн рублей + 2,5% с объема, превышающего 30 млн рублей |
| Свыше 300 млн рублей | 8,25 млн рублей + 1% с суммы, превышающей 300 млн рублей |

Организации, осуществляющие торговую деятельность, при расчете предельных размеров расходов на рекламу используют показатель валовой прибыли.

Основными видами расходов на рекламу в работе торговых предприятий являются:

* расходы по оформлению витрин,
* плата за пользованием рекламным местом,
* плата за аренду рекламного щита,
* приобретение или создание рекламной продукции.

В бухгалтерском учете эти виды рекламных расходов отражаются следующим образом:

*Учет выбытия товаров в рекламных целях:*

Выбытие товаров в рекламных целях должно в обязательном порядке оформляться документально. Специальной унифицированной формы для оформления списания товаров не установлено, поэтому такое списание может быть оформлено актом произвольной формы, содержащим все обязательные реквизиты, предусмотренные требованиями статьи 9 Федерального закона от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ *«О бухгалтерском учете».*

Выбытие товаров в рекламных целях рассмотрим на примере предприятия розничной торговли, учитывающего товары по продажным ценам:

*Д44 К41* — списана на издержки обращения стоимость товара, использованного в рекламных целях

*Д80 К68,* субсчет *«Расчеты по налогу на рекламу» —* начислен налог на рекламу (5%)

Возможен также вариант, при котором товары, использованные для оформления витрины, предварительно учитываются насчете 10 *«Материалы».* В этом случае их передача с товарного склада на склад материалов документально оформляется накладной на внутреннее перемещение товаров.

В 2000 году в связи с принятием Федерального закона от 2 января 2000 г *№* 36-ФЗ, который ввел для предприятий розничной торговли общеустановленный порядок исчисления налога на добавленную стоимость, такие операции отражаются следующими записями:

*Д41 К60* — оприходован товар,

*Д19 К60* —учтен НДС по товару,

*Д41 К42* — учтена торговая наценка (увеличивается на сумму НДС)

*Д41 К42* — сторно — снята торговая наценка,

*Д 68 К 19* — НДС по товару, использованному в рекламных целях, предъявлен бюджету (при условии расчета с поставщиком)

*Д10 К 41* — товар передан на склад материалов

*Д44 К10* — материалы использова­ны для оформления витрины.

Все рекламные расходы учитываются насчете 44 *«Издержки обращения» с* последующим отнесением на финансовый результат, суммы расходов на рекламу в пределах установленных нормативов уменьшают налогооблагаемую прибыль, а расходы на рекламу, превышающие установленные нормативы, не уменьшают налогооблагаемую прибыль предприятия.

*Плата за пользование рекламным местом и за аренду рекламного щита:*

*Д44 К76* — отражены расходы по рекламе

*Д19 К76* — учтен НДС по рекламным расходам

*Д 76 К 51* — оплачены расходы на рекламу

*Д 68 К19* **—** НДС предъявлен к возмещению из бюджета.

Приобретение или создание рекламной продукции (щи­та, стенда и т. д.) будет отражаться в бухгалтерском учете в зависимости от ее отнесения к малоценным и быстроизна­шивающимся предметам, основным средствам или к нема­териальным активам.

Если рекламный носитель относится к категории МБП, то в бухгалтерском учете его приобретение отражается записями:

*Д12 К76* — приобретен МБП

*Д19 К76* — учтен НДС по приобретенному МБП

*Д76 К51* — оплачен оприходованный МБП

*Д 44 К13* —начислена амортизация МБП и включена в рекламные расходы того месяца, в котором начислена

*Д68 К19* — НДС предъявлен к возмещению из бюджета.

В случае когда рекламный носитель относится к категории основных средств, то в бухгалтерском учете его приобретение отражается записями:

*Д08 К76* — приобретено ОС

*Д19 К76*— учтен НДС по приобретенному ОС

*Д76 К51* — оплачено оприходованное ОС

*Д01 К08* — рекламный носитель учтен в составе основных средств

*Д44 К02* — начислена амортизация ОС и включена в рекламные расходы того месяца, в котором начислена

*Д68 К19* — НДС предъявлен к возмещению из бюджета.

Если рекламный носитель относится к категории нематериальных активов (НМА), то есть приобретается долгосрочное или бессрочное право пользования рекламным местом, то в бухгалтерском учете эта операция будет отражена следующими записями:

*Д08 К76 —* приобретен НМА

*Д19 К76* — учтен НДС по приобретенному НМА

*Д 76 К51* **—** оплачен оприходованный НМА

*Д04 К08* — рекламный носитель учтен в составе НМА

*Д44 К05* — начислена амортизация НМА и включена в рекламные расходы того месяца, в котором начислена

*Д68 (88) К19* — НДС предъявлен к возмещению из бюджета (отнесен за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после налогообложения).

**3.3. Учет НДС.**

Показатель, принимаемый для расчета нормативов расходов на рекламу (по мнению налоговых органов — валовой доход), учитывается с НДС, а расходы на рекламу учитываются в суммах без НДС.

Кроме выбора показателя для расчета нормативов расходов на рекламу, проблему для бухгалтеров торговых предприятий составляет также и правомерность возмещения (зачета) из бюджета НДС по сверхнормативным расходам на рекламу.

Эта проблема вызвана тем, что абз. 17 п. 19 Инструкции Госналогслужбы РФ № 39 установлено, что суммы НДС, оплаченные по расходам, связанным с содержанием служебного автотранспорта, компенсацией за использование для служебных поездок личных легковых автомобилей, затратами на командировки, представительскими расходами, относимыми на себестоимость продукции (работ, услуг) в пределах норм, установленных законодательством, подлежат возмещению из бюджета только в этих пределах, а сверх норм — налог к возмещению из бюджета не подлежит, а относится за счет прибыли, остающейся в распоряжении организаций (предприятий). Перечень расходов, для которых установлен данный порядок возмещения НДС, является закрытым и расходы на рекламу в нем не упомянуты. Поэтому возмещению (зачету) из бюджета должен подлежать весь НДС, уплаченный рекламодателем. Однако налоговые органы и Минфин РФ настаивают на том, что возмещению (зачету) из бюджета подлежит только НДС, относящийся к расходам на рекламу в пределах нормативов. Согласованная позиция по этому вопросу Минфина РФ и Госналогслужбы РФ высказана в Письме Минфина РФ от 26 февраля 1998 г. № 04-03-11.

Поэтому предприятию следует решить: либо списывать НДС по сверхнормативным расходам на рекламу за счет прибыли, остающейся в его распоряжении после налогообложения, как этого требуют налоговые органы, либо отстаивать свою правоту в арбитражном суде.

## Отражение в учете нормативных и сверхнормативных расходов

Предприятие торговли для расчета норматива расходов на рекламу использует показатель валового дохода и НДС по сверхнормативным расходам относит за счет прибыли, остающейся в его распоряжении после налогообложения.

Операции можно отразить проводками:

*Д44 К76* – отражены расходы по рекламе,

*Д19 К76* – учтен НДС по рекламным расходам,

*Д76 К51* – оплачены расходы на рекламу.

Если в отчетном периоде были сверхнормативные расходы на рекламу, то их возмещение отражается следующими проводками:

*Д68 К19 –* предъявлен к возмещению из бюджета НДС по нормативным расходам,

*Д88 К19* – НДС по сверхнормативным расходам отнесен за счет прибыли, остающейся у предприятия после налогообложения.

В Справке о порядке «Расчета налога от фактической прибыли», показывается сумма превышения фактических расходов на рекламу над нормативными.

Если во втором отчетном периоде расходы на рекламу были меньше нормативных, то:

*Д68 К19* — предъявлен к возмещению из бюджета НДС по рекламным расходам второго отчетного периода.

*Д88 К19* **—** сторно — учтен НДС по сверхнормативным расходам первого отчетного периода,

*Д68 К19* **—** предъявлен к возмещению из бюджета НДС по рекламным расходам первого отчетного периода и т.д.

По итогам такого отчетного периода в Справке о порядке определения данных, отражаемых по строке 1 «Расчета налога от фактической прибыли», по строке 4.1 «з» записи, касающиеся рекламных расходов, не делаются.

**3.4. Налог на рекламу.**

В соответствии с подп. «3» п. 1 ст. 21 Закона РФ «Об *основах налоговой системы в Российской Федерации»* предприятие, размещающее рекламу, является плательщиком налога на рекламу. Расходы предприятия по оплате налога на рекламу относятся на финансовые результаты (п. 5 ст. 21 Закона).

В бухгалтерском учете операции по начислению и уплате налога на рекламу отражаются записями:

*Д80 К68, субсчет «Расчеты по налогу на рекламу»* — начислен налог на рекламу (5%)

*Д68, субсчет «Расчеты по налогу на рекламу» К51*— уплачен налог на рекламу.

**Литература.**

1. Транспортные расходы по приобретению товаров. Ю.В.Михайловская. Главбух. Учет в торговле.№1, 2000. С.2-7.
2. Транспортные расходы по сбыту товаров. Ю.В.Михайловская. Главбух. Учет в торговле. №4, 2000. С.16-25.
3. Расходы на рекламу: учет и налогообложение у предприятий торговли. А.С Гаськов. Экономика и жизнь. Бухгалтерское приложение. № 10, 2000. С. 9-13.
4. Вывеска или реклама? Д.В.Морозов. Главбух. № 22, 2000. С. 58-61.
5. Применение норм расходов на рекламу торговыми организациями. С.В.Венеровский. Консультант. № 9, 2000. С. 84-86.
6. Торговля: актуальные вопросы налогообложения. Ю.Подпорин.Экономика и жизнь. Бухгалтерское приложение. № 21, 2000.С. 7-15.
7. Приказ МФ РФ «О нормах и нормативах на представительские расходы, расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку кадров на договорной основе с учебными заведениями, регулирующие размер отнесения этих расходов на себестоимость продукции (работ, услуг) для целей налогообложения, и порядок их применения» № 26-н от 15.03.2000.
8. Приказ МФ РФ «Об изменении норм компенсации за использование личных легковых автомобилей и мотоциклов для служебных целей». № 16-н от 4.02 2000.
9. Что нужно знать о рекламе? М.Бойкова. Экономика и жизнь. Бухгалтерское приложение. № 20, 2000. С. 8-12.
10. Федеральный закон «О рекламе». № 108-ФЗ от 18 июля 1995 г.
11. Автотранспортные операции. Е.Мельникова. Экономика ижизнь. Бухгалтерское приложение. №37, 2000. С. 22-24.
12. Налоговый спор предприятия торговли – расходы на рекламу. Главбух. № 7, 2000. С. 56-58